

УДК 338.48

Афанасьева А. А.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Морозова Н. Н.

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Беларусь, г. Минск

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ В ИССЛЕДОВАНИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

Аннотация. Статья посвящена анализу гендерного положения в сфере туризма в различных странах на основе показателей, а также проблемам, возникшим в условиях пандемии.

Ключевые слова: туризм, гендер, руководитель, туристическая политика, промышленный туризм.

Туристский рынок – это система различных отношений (экономических, социальных, юридических), связывающих производителей туристического продукта и потребителей, которые заинтересованы в определенном виде турпродукта, которые имеют возможность продавать и покупать их. В отличие от обычных товарных рынков туристский рынок не несет в себе движения товаров от продавцов к покупателям. Напротив, сами покупатели перемещаются к месту назначения, чтобы получить зарезервированные услуги [2, с. 1].

Тур рынок представлен в виде системы взаимодействия 4 основных элементов:

- туристический спрос;
- туристическое предложение;
- цена;
- конкуренция.

Туристский рынок обеспечивает:

- согласование производства и потребления туристских продуктов в ассортиментной структуре, обеспечивает положение баланса спроса и предложения по объёму и структуре;

- установление ценностных эквивалентов для обмена тур продуктов;
- побуждает производителей к созданию необходимых туристических продуктов с наименьшими затратами.

Актуальность рассмотрения данной темы заключается в значительном влиянии COVID-19 на развитие туристических услуг.

С гендерной точки зрения сфера туризма является одной из самых благоприятных областей для женщин. Подтверждением этому является исследование Всемирной туристской организацией (ВТО) (табл.1) [1, с. 1].

Табл.1 – Оценка показателей исследования ВТО (2019 г.)

Критерий	Показатель
Количество женщин-работников	>50% (в остальных отраслях 39%)
Разница зарплаты мужчин и женщин	14,7% (на столько отстаёт зарплата женщин от зарплаты мужчин в сфере туризма) 16,8% (на столько отстаёт зарплата женщин от зарплаты мужчин в остальных сферах)
Женщины-министры туризма	23% (20,7% в остальных сферах)

Можно заметить, что важность гендерного равноправия в секторе туризма признаётся многими политическими деятелями, что выражается в принятии различных мер в решении этого актуального вопроса.

Приведём пример деятельности, наблюдающейся в различных странах (табл.2):

Табл. 2 – Примеры стран

Страна	Деятельность
Марокко	женщинам впервые выдали лицензии на работу экскурсоводами

Великобритания	число женщин-летчиков возросло в 2 раза
Уганда	женщина впервые заняла пост руководителя Ассоциации владельцев отелей

Сфера туризма – одна из важнейших секторов экономики. Например, именно она продолжала развиваться во время финансового кризиса 2008-2009 годов в некоторых странах, что способствовало росту экономического роста. Члены Всемирной туристской организации отмечают, что именно в Европе наиболее благоприятная ситуация в области представленности женщин в индустрии туризма.

Однако, если обратиться к истории, Республиканский союз туристических организаций (РСТО), состоящий изначально из 5 фирм («Санни-Трэвел», «АлантанТур», «Внешинтурист», «Сакуб», «Смок Травел»), основали, в основном, руководители мужского пола (табл. 3). В течение последующих лет главами многих компаний («Интерсити», «Ростинг», «АэробелСервис», «Аэротрэвел», «Топ-Тур», «АлатанТур», «Тайм Вояж», «Вояжтур» и др.) также являются мужчины.

Но существует большое количество успешных операторов-женщин, работающих в своих нишах (Черногория, Хорватия, Греция, Италия, Грузия и т.д.). В сферу их предпочтений входят автобусный туризм, экскурсионный, паломнический, лечебный туры.

Интереснее обстановка обстоит с зарубежными представительствами «топа» туроператоров («Гез Тур», «Корал Травел», «Анекс Тур», «ТУИ», «Джойн Ап», «Пегас Туристик»). Головное руководство (в России, Турции, Украине) мужское, однако из шести названных гигантов, в пяти случаях белорусские представительства возглавляют дамы [3, с. 2].

Обращая внимание на въездной и внутренний туризм, можем заметить явного лидера - компанию «Виаполь», главой которой является женщина

Помимо всего вышеперечисленного, белорусские женщины в последнее время активнее участвуют в туристической политике, а именно: РСТО сегодня возглавляет представительница женского пола, новорожденной РАТА (Республиканская Ассоциация Туристических Агентств) руководит девушка.

Возвращаясь к проблематике угрозы пандемии на туристический бизнес, предлагается следующее решение этой проблемы – развитие промышленного туризма (проведение производственных экскурсий).

Несложно заметить, что элементом индустриального туризма выступает промышленный, предусматривающий организованное посещение действующих предприятий в целях удовлетворения познавательных, профессионально-деловых потребностей.

Развитие промышленного туризма полезно для всех сегментов: для экскурсантов – это прекрасная возможность увидеть, как производят различные товары, что-то попробовать, примерить; для предприятия – это возможность укрепить репутацию, раскрыть потенциальному покупателю все достоинства своей продукции, а зачастую и увеличить продажи. Главной задачей производственно-экономической экскурсии или выездного практического занятия для студентов в сфере образования является составление производственного туристического маршрута, установление принадлежности его к определенному виду [4, с. 365].

Таким образом, можно сделать вывод, что туристическая сфера – это способ для женщин разрушить все существующие стереотипы и обрести финансовую независимость, начать свой бизнес. Стоит отметить, что вследствие распространения пандемии возникают новые проблемы в этой сфере, решение некоторых было описано в работе.

Список использованных источников

1. Женщины завоевывают индустрию туризма – новое исследование Всемирной туристской организации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2019/11/1366721> – Дата доступа: 05.10.2020.
2. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m204/2_3.htm#:~:text=Туристский%20рынок%20%20это%20система%20отношений,возможность%20продавать%20и%20покупать%20их – Дата доступа: 06.10.2020. – С.25-36.
3. Почему в туризме так мало мужчин [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.toursoyuz.by/2020/02/21/prishelczy-ili-pochemu-v-turizme-tak-malo-muzhchin/> – Дата доступа: 05.10.2020.
4. Морозова Н.Н. Развитие индустриального туризма в образовании при подготовке практикоориентированного специалиста // Бизнес. Образование. Экономика : Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 2 апреля 2020 г. : сб. ст. В 2 ч. / редкол.: В. В. Манкевич (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2020. – Ч. 2. - Дата доступа: 06.10.2020 – С. 364-369.

© Афанасьева А. А., 2020